
ホームページに関する意識調査

2018年12月 株式会社マイナビ 社長室 リサーチ&マーケティング部 転職リサーチ課

(TOPICS)

ほとんどの求職者が企業のホームページを閲覧しており、各企業においてホームページの活用は不可欠。

- ・年収が高いほど「必ず閲覧」の割合が高い。
- ・求職者の多くが、「応募を検討するタイミング」で閲覧。特に応募前の求職者に対してコミュニケーションをとる手段として、応募者を増やすことに役立てられると考えられる。
- ・ホームページの内容については、「労働条件・福利厚生」「具体的な仕事内容」「モデル年収・評価制度」などのニーズが高い。女性は男性よりも、企業のホームページの内容によって志望度に影響を受けやすい。また、職種に特有のニーズもみられる。

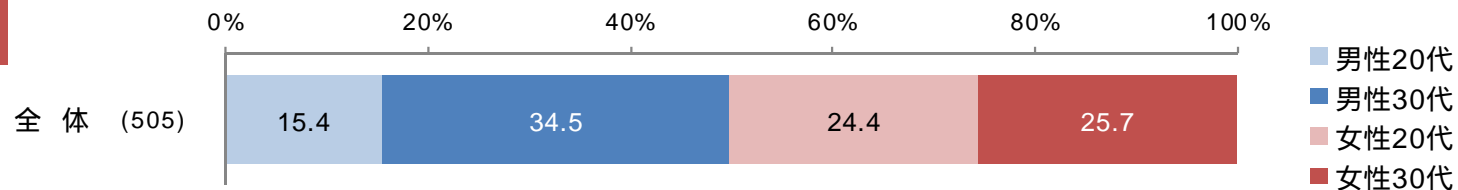
企業の採用ページもホームページと同様に、応募前の段階で多く閲覧されている。

- ・閲覧理由は、「応募するかどうかを判断するため」「企業についてより詳しく知るため」が6割弱。募集要項のような最低限の情報だけでなく、企業理解を促進する内容も求められる。

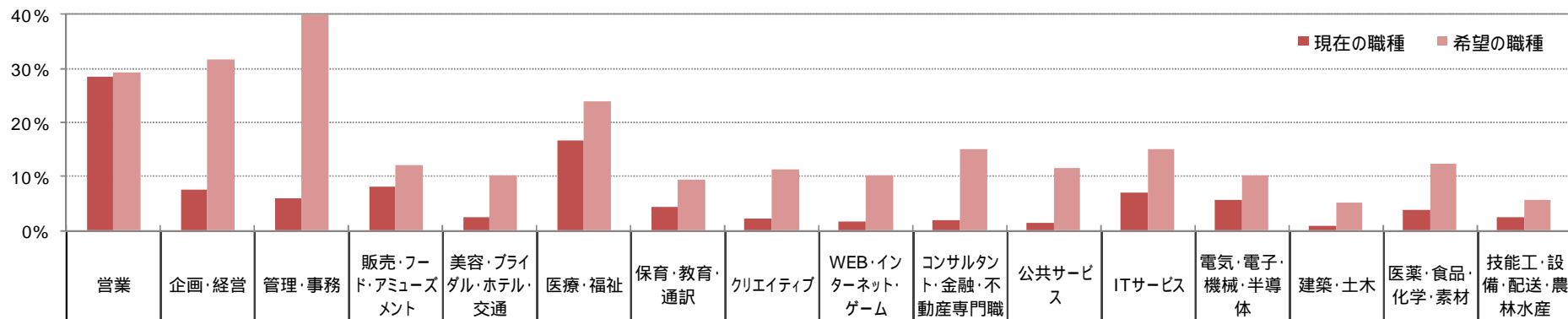
調査目的	企業のホームページや採用ページに関する求職者からのニーズを把握すること
調査地域	全国
調査方法	インターネット調査
調査対象者	転職活動中で、半年以内に転職を希望している20～35歳で転職サイト・人材紹介会社のいずれかを利用している正社員
回答数	505件
実施期間	2018年12月7日（金）～12月10日（月）
実施機関	外部調査機関

調査結果は、端数四捨五入の関係で合計が100%にならない場合があります。

性別×年代



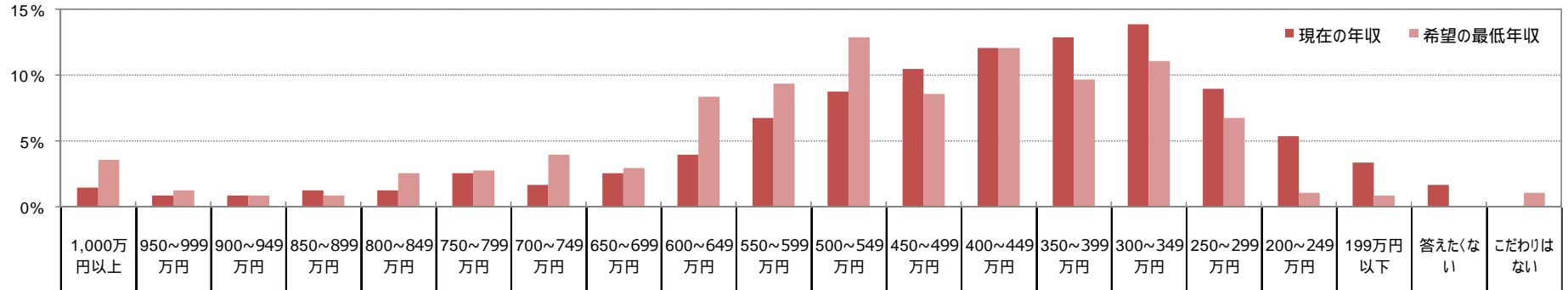
職種



現在の職種	全体 (505)		営業	企画・経営	管理・事務	販売・フード・アミューズメント	美容・ブライダル・ホテル・交通	医療・福祉	保育・教育・通訳	クリエイティブ	WEB・インターネット・ゲーム	コンサルタント・金融・不動産専門職	公共サービス	ITサービス	電気・電子・機械・半導体	建築・土木	医薬・食品・化学・素材	技能工・設備・配送・農林水産
	性別×年代	男性20代 (78)	37.2%	5.1%	-	5.1%	-	9.0%	2.6%	2.6%	2.6%	2.6%	3.8%	10.3%	14.1%	1.3%	1.3%	2.6%
	男性30代 (174)	32.8%	9.2%	6.9%	3.4%	0.6%	6.3%	3.4%	2.3%	1.1%	1.7%	1.7%	11.5%	9.2%	0.6%	5.2%	4.0%	
	女性20代 (123)	20.3%	5.7%	6.5%	12.2%	5.7%	30.1%	7.3%	-	0.8%	2.4%	-	3.3%	0.8%	-	3.3%	1.6%	
	女性30代 (130)	24.6%	8.5%	7.7%	12.3%	3.1%	22.3%	3.8%	3.8%	2.3%	1.5%	0.8%	2.3%	-	2.3%	3.8%	0.8%	
年収	600万円以上 (81)	37.0%	13.6%	2.5%	2.5%	-	6.2%	6.2%	3.7%	1.2%	3.7%	-	12.3%	6.2%	-	4.9%	-	
	300～599万円 (327)	29.1%	7.0%	5.5%	6.7%	2.4%	18.0%	3.7%	2.1%	0.9%	1.5%	1.8%	7.0%	6.1%	1.2%	4.0%	2.8%	
	300万円未満 (89)	18.0%	4.5%	11.2%	18.0%	4.5%	19.1%	4.5%	1.1%	4.5%	2.2%	1.1%	2.2%	2.2%	1.1%	2.2%	3.4%	
希望の職種	全体 (505)		営業	企画・経営	管理・事務	販売・フード・アミューズメント	美容・ブライダル・ホテル・交通	医療・福祉	保育・教育・通訳	クリエイティブ	WEB・インターネット・ゲーム	コンサルタント・金融・不動産専門職	公共サービス	ITサービス	電気・電子・機械・半導体	建築・土木	医薬・食品・化学・素材	技能工・設備・配送・農林水産
	性別×年代	男性20代 (78)	47.4%	38.5%	34.6%	10.3%	9.0%	11.5%	3.8%	6.4%	9.0%	24.4%	17.9%	23.1%	15.4%	7.7%	7.7%	7.7%
	男性30代 (174)	36.2%	40.2%	33.9%	9.2%	5.7%	13.8%	9.2%	15.5%	15.5%	16.7%	12.6%	21.3%	18.4%	5.2%	13.8%	10.3%	
	女性20代 (123)	17.9%	22.8%	48.0%	16.3%	20.3%	39.0%	13.8%	9.8%	4.1%	7.3%	9.8%	7.3%	1.6%	2.4%	10.6%	1.6%	
	女性30代 (130)	20.0%	24.6%	43.8%	13.1%	6.9%	30.0%	9.2%	10.0%	10.0%	14.6%	8.5%	9.2%	3.8%	6.2%	14.6%	2.3%	
年収	600万円以上 (81)	40.7%	44.4%	30.9%	6.2%	4.9%	14.8%	11.1%	11.1%	8.6%	21.0%	7.4%	21.0%	8.6%	4.9%	12.3%	8.6%	
	300～599万円 (327)	30.3%	31.2%	38.2%	9.8%	9.5%	24.2%	8.9%	12.2%	10.4%	16.2%	12.8%	14.7%	12.5%	5.8%	12.5%	5.8%	
	300万円未満 (89)	15.7%	22.5%	53.9%	24.7%	15.7%	28.1%	9.0%	7.9%	12.4%	6.7%	11.2%	12.4%	2.2%	3.4%	12.4%	3.4%	

: 全体より+10pt.以上 : 全体より-10pt.以下

年収

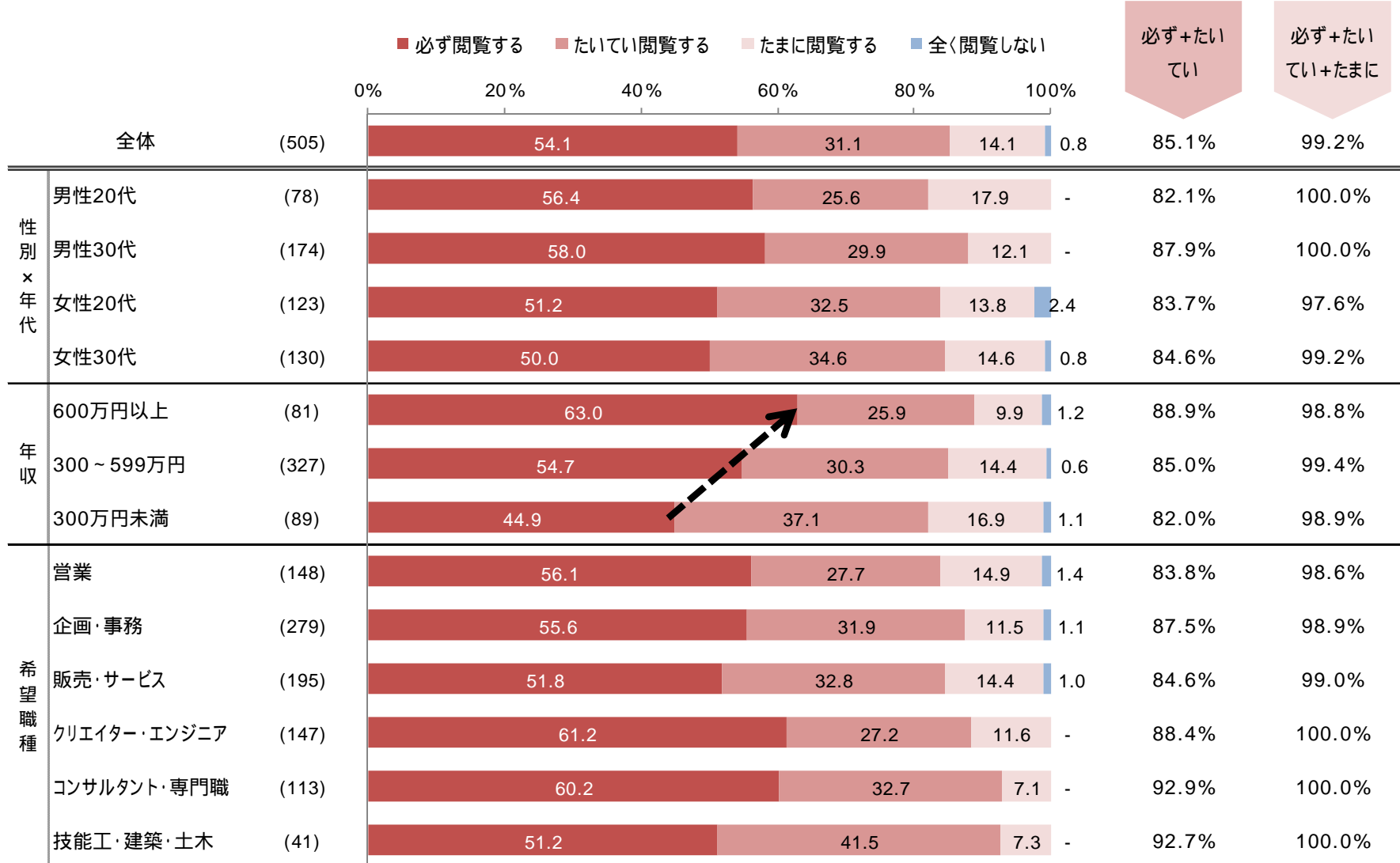


現在の年収	全体 (505)		1,000万円以上	950~999万円	900~949万円	850~899万円	800~849万円	750~799万円	700~749万円	650~699万円	600~649万円	550~599万円	500~549万円	450~499万円	400~449万円	350~399万円	300~349万円	250~299万円	200~249万円	199万円以下	答えたくない	こだわりはない
	性別×年代	男性20代 (78)	2.6%	1.3%	1.3%	2.6%	1.3%	3.8%	1.3%	2.6%	2.6%	5.1%	6.4%	10.3%	11.5%	16.7%	21.8%	1.3%	-	6.4%	1.3%	-
	男性30代 (174)	1.1%	0.6%	0.6%	2.3%	0.6%	5.2%	2.9%	3.4%	8.0%	10.9%	11.5%	12.1%	16.7%	6.9%	9.8%	3.4%	2.3%	1.1%	0.6%	-	
	女性20代 (123)	1.6%	1.6%	0.8%	-	-	-	-	0.8%	0.8%	2.4%	5.7%	9.8%	9.8%	16.3%	16.3%	17.9%	10.6%	4.1%	1.6%	-	
	女性30代 (130)	0.8%	-	0.8%	-	3.1%	0.8%	1.5%	3.1%	2.3%	6.2%	9.2%	9.2%	8.5%	15.4%	12.3%	12.3%	7.7%	3.8%	3.1%	-	
希望職種	営業 (148)	2.0%	0.7%	1.4%	2.7%	0.7%	2.0%	2.7%	4.7%	5.4%	6.1%	11.5%	10.8%	14.2%	11.5%	12.8%	5.4%	2.7%	1.4%	1.4%	-	
	企画・事務 (279)	1.1%	0.7%	0.4%	1.1%	0.7%	2.9%	2.2%	2.5%	3.9%	4.7%	8.2%	9.7%	12.2%	14.0%	14.7%	11.1%	5.4%	3.2%	1.4%	-	
	販売・サービス (195)	1.0%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	2.1%	0.5%	2.1%	2.6%	3.6%	6.7%	9.7%	12.8%	14.4%	15.4%	12.3%	8.7%	3.6%	2.6%	-	
	クリエイター・エンジニア (147)	0.7%	0.7%	0.7%	-	1.4%	5.4%	1.4%	2.7%	4.8%	10.2%	9.5%	8.2%	14.3%	12.2%	12.2%	6.8%	4.1%	3.4%	1.4%	-	
	コンサルタント・専門職 (113)	0.9%	-	-	2.7%	1.8%	5.3%	2.7%	3.5%	4.4%	4.4%	8.8%	15.9%	13.3%	13.3%	10.6%	7.1%	4.4%	0.9%	-	-	
	技能工・建築・土木 (41)	2.4%	-	-	-	2.4%	7.3%	-	2.4%	4.9%	4.9%	7.3%	12.2%	12.2%	19.5%	12.2%	9.8%	2.4%	-	-	-	
希望の最低年収	性別×年代	男性20代 (78)	7.7%	2.6%	-	1.3%	1.3%	3.8%	1.3%	5.1%	6.4%	9.0%	15.4%	7.7%	10.3%	14.1%	6.4%	2.6%	2.6%	1.3%	-	1.3%
		男性30代 (174)	3.4%	1.7%	-	1.1%	4.6%	5.7%	6.3%	4.0%	10.9%	12.1%	19.5%	9.2%	8.0%	4.6%	5.2%	2.9%	-	-	-	0.6%
		女性20代 (123)	1.6%	0.8%	1.6%	-	-	0.8%	1.6%	1.6%	4.9%	4.1%	6.5%	13.8%	13.8%	13.0%	19.5%	12.2%	0.8%	1.6%	-	1.6%
		女性30代 (130)	3.1%	-	1.5%	0.8%	3.1%	-	4.6%	1.5%	9.2%	10.8%	8.5%	3.1%	16.9%	10.8%	13.8%	9.2%	1.5%	0.8%	-	0.8%
	年収	営業 (148)	4.1%	1.4%	1.4%	0.7%	4.7%	4.1%	4.7%	1.4%	6.8%	12.2%	16.2%	9.5%	13.5%	7.4%	7.4%	3.4%	-	-	-	1.4%
		企画・事務 (279)	2.2%	1.1%	1.1%	1.1%	2.5%	3.2%	2.9%	2.5%	8.6%	8.2%	12.2%	9.7%	11.5%	10.0%	12.9%	7.5%	1.1%	1.1%	-	0.7%
		販売・サービス (195)	2.6%	-	0.5%	-	2.6%	2.6%	3.1%	2.1%	4.6%	7.7%	12.3%	7.7%	13.3%	12.8%	16.4%	7.2%	1.5%	1.0%	-	2.1%
		クリエイター・エンジニア (147)	3.4%	0.7%	0.7%	-	2.7%	7.5%	4.8%	5.4%	11.6%	10.2%	13.6%	4.8%	8.2%	8.8%	10.9%	4.8%	0.7%	0.7%	-	0.7%
		コンサルタント・専門職 (113)	2.7%	0.9%	0.9%	0.9%	4.4%	6.2%	4.4%	3.5%	10.6%	9.7%	15.0%	8.8%	10.6%	7.1%	8.8%	4.4%	0.9%	-	-	-
		技能工・建築・土木 (41)	2.4%	-	-	-	2.4%	12.2%	2.4%	4.9%	9.8%	4.9%	9.8%	2.4%	19.5%	17.1%	4.9%	7.3%	-	-	-	-

: 全体より+10pt.以上 : 全体より-10pt.以下

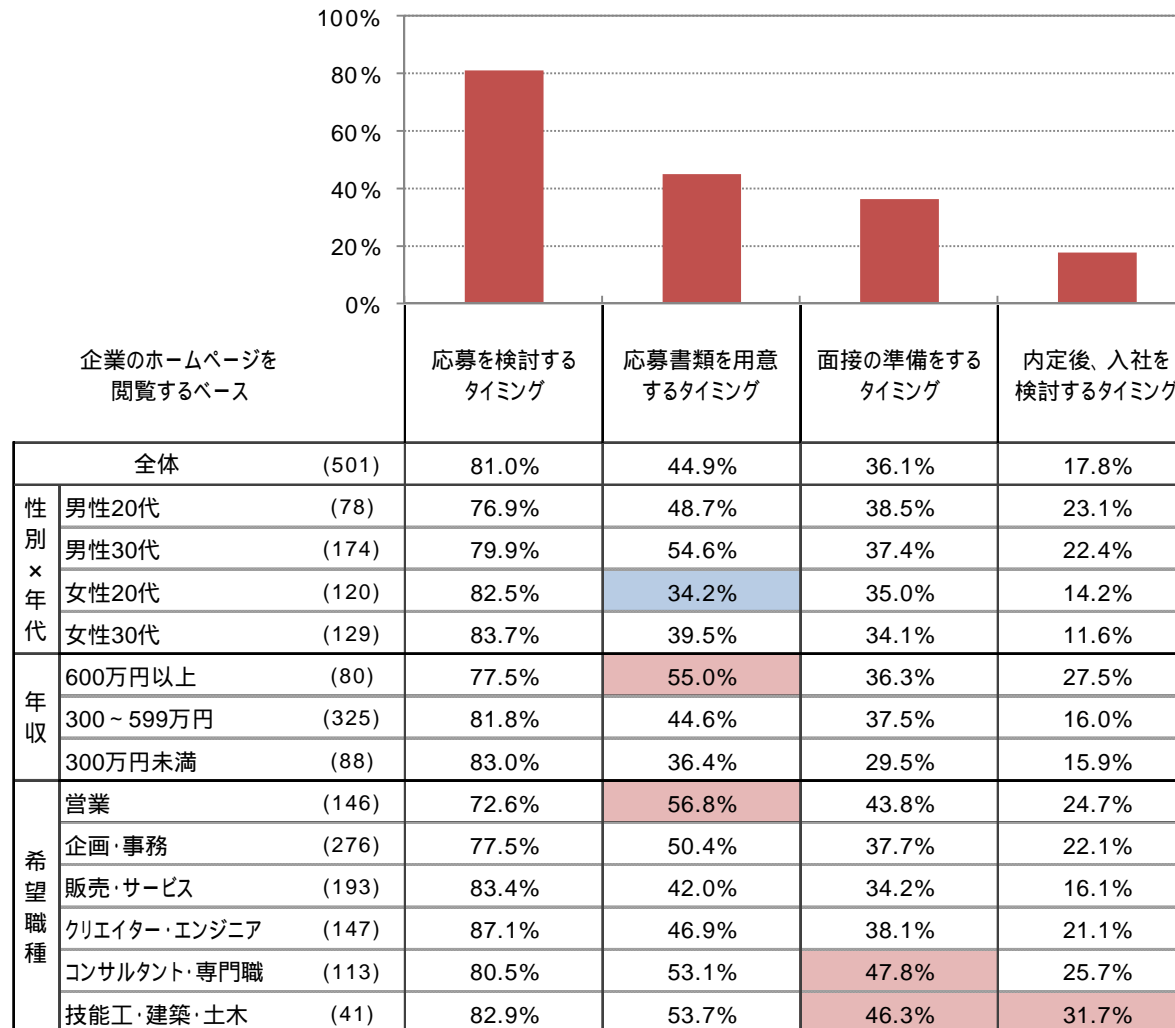
- 全体では過半数が「必ず閲覧する」と回答。ほとんどの求職者（99.2%）が閲覧しており、各企業においてホームページの活用は不可欠といえる。
- 年収が高いほど「必ず閲覧」の割合が高く、年収600万円以上のハイクラス層と年収300万円未満の層では20pt近い差が存在。

Q. 転職活動において、応募する企業のホームページをどの程度閲覧しますか。 直近の転職活動に限らず、お答えください。



- 全体の8割以上が、「応募を検討するタイミング」で閲覧。特に応募前の求職者に対してコミュニケーションをとる手段として、応募者を増やすことに役立てられると考えられる。
- 応募後の閲覧率は下がるものの、企業研究でホームページをチェックする求職者のためにも情報提供をしていく必要がある。

Q. 企業のホームページを閲覧するタイミングとして、あてはまるものをすべてお選びください。

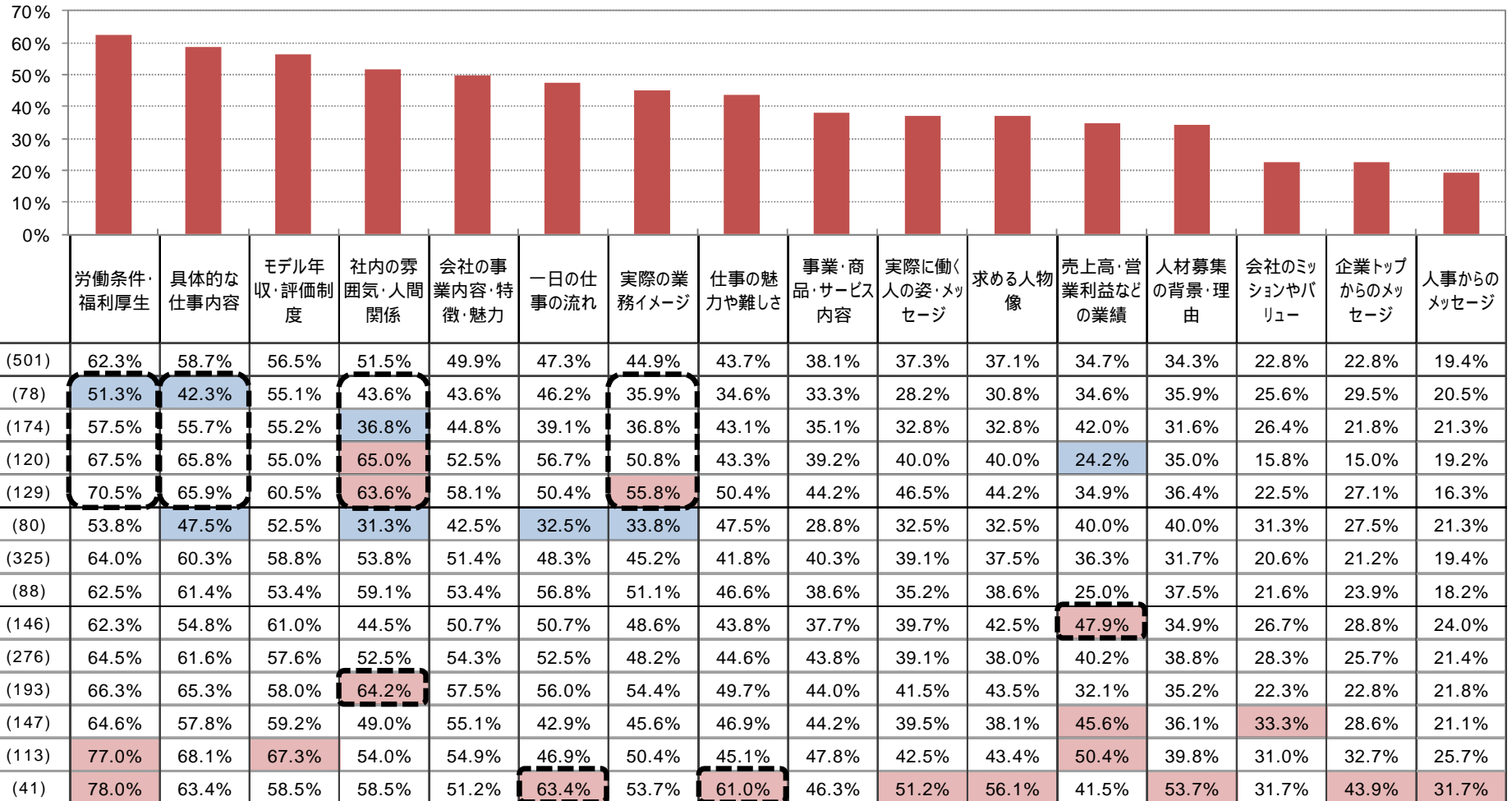


：全体より+10pt.以上 ：全体より-10pt.以下

企業のホームページで志望度に影響する内容

- 全体では「労働条件・福利厚生」が最も高く、「具体的な仕事内容」「モデル年収・評価制度」が続く。
- 「労働条件・福利厚生」「具体的な仕事内容」「社内の雰囲気」「実際の実務イメージ」は、男性よりも女性が影響を受けやすい。
- 希望職種でみると、『営業』で「売上高・営業利益などの実績」、『販売・サービス』で「社内の雰囲気・人間関係」、『技能工・建築・土木』で「一日の仕事の流れ」「仕事の魅力や難しさ」など、職種に特有のニーズもみられる。

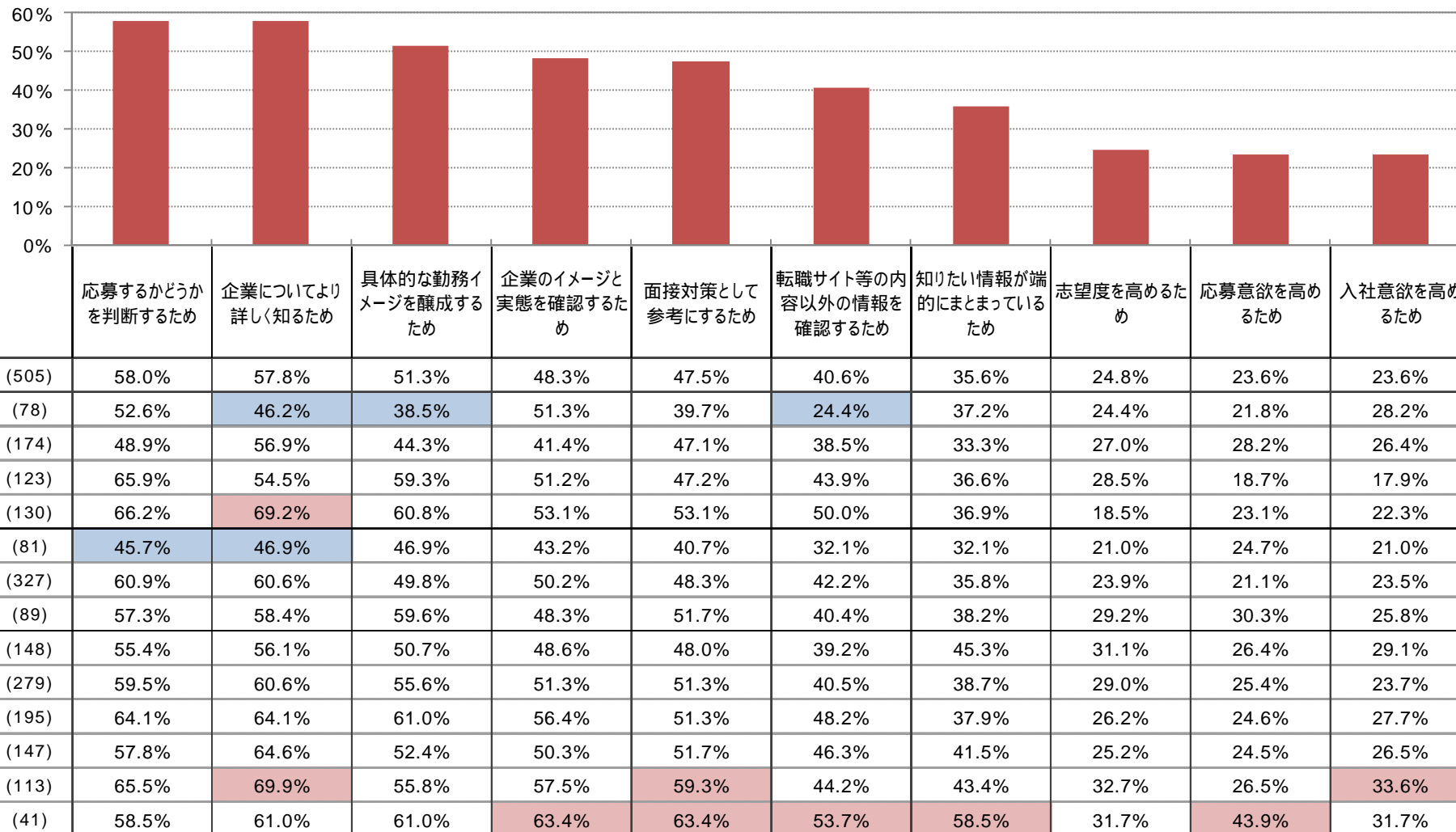
Q. 企業のホームページの内容として、志望度に影響するものをすべてお選びください。



：全体より+10pt.以上 ：全体より-10pt.以下

- 全体では、「応募するかどうかを判断するため」「企業についてより詳しく知るため」が6割弱。企業のホームページと同様に、応募前の段階で多く閲覧されている。また、採用ページでも募集要項のような最低限の情報だけではなく、企業理解を促進する内容も求められる。

Q. 企業の採用ページを閲覧する理由として、あてはまるものをすべてお選びください。



：全体より+10pt.以上 ：全体より-10pt.以下